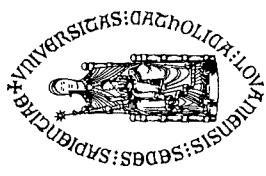


Katholieke
Universiteit
Leuven

Centrum voor
Communicatiewetenschap
(CeCoWe)
E. Van Evenstraat 2 A
B-3000 Leuven



JANSSEN NIEUWS :
EEN ONDERZOEK NAAR HET IMAGO EN DE
LEESBAARHEID VAN EEN BEDRIJFSBLAD

G. De Meyer, G. Fauconnier, A. Hendriks

Februari 1990

HET IMAGO-ONDERZOEK

De methode

Over de gevolgde methode kan het volgende gezegd worden. Er is geopteerd voor een schriftelijke enquête. De vragenlijst (cfr. bijlage) is ontworpen in het kader van het Seminarie Interne en Externe Communicatie aan het Departement Communicatiewetenschap van de K. U. Leuven en in overleg met Janssen Pharmaceutica in een definitieve vorm gegoten. Hij is eind december 1989 door Janssen Pharmaceutica, voorzien van een begeleidend schrijven, verzonden aan 2854 werknemers. Op dat ogenblik waren vier afleveringen van Janssen Nieuws verschenen. De vragenlijsten werden 'port betaald' door bestemming' teruggezonden naar het Departement Communicatiewetenschap. De inleveringstermijn werd van 21 januari verlengd tot 19 februari. In totaal beantwoordden 1096 personen de vragenlijst. De respons (38.5%) kan dus meer dan behoorlijk genoemd worden. Van de respondenten zijn er 69.4% mannen en 30.4% vrouwen. De respondenten zijn als volgt over volgende leeftijdscategorieën verdeeld: 19 tot 30 jaar: 37.7%; 31 tot 40 jaar: 37.0%; 41 tot 60 jaar: 23.1% en ouder dan 60 jaar: 2.2%. Wat het onderwijsniveau betreft hebben 11.8% van de respondenten een diploma van lager onderwijs of een diploma van lager middelbaar (beroeps, technisch en humaniora), 31.0% een diploma van hoger middelbaar onderwijs (beroeps, technisch en humaniora), 35.1% een niet universitaire hogere opleiding en 22.1% een universitaire opleiding. De laagste opleiding is in de onderzoekspopulatie ondervertegenwoordigd terwijl de niet universitaire hoger onderwijs en de universitaire oververtegenwoordigd zijn en de mensen met humaniora opleiding even sterk vertegenwoordigd zijn in het onderzoeksuniversum als in de personeelsstatistieken. Volgens de personeelsstatistieken werken bij Janssen Pharmaceutica immers 29.07% personen met maximaal een lager middelbare opleiding, 29.92% met maximaal een hogere middelbare opleiding, 25.82% niet universitaire hoger onderwijs en 15.17% universitaire.

31.0% van de respondenten werkt vijf jaar of minder voor Janssen Pharmaceutica, 24.5% werkt 6 à 10 jaar, 16.6% werkt 11 à 15 jaar, 22.5% werkt 16 à 25 jaar en 5.4% werkt langer dan 25 jaar voor Janssen Pharmaceutica.

De respondenten van de vragenlijst bestonden voor 7.7% uit per uur betaalden, voor 64.1% uit baremabedienden en voor 28.2% uit kaderleden. In vergelijking met de personeelsstatistieken zijn de mensen met de laagste werknemersstatus ondervertegenwoordigd in de onderzoekspopulatie (13.24% van het personeel zijn arbeiders), terwijl bedienden (61.21% van het personeel) en kaderleden (25.54% van het personeel) iets oververtegenwoordigd zijn.

De via de vragenlijsten bekomen gegevens zijn door een een in SAS geschreven computerprogramma verwerkt. De resultaten worden gepresenteerd in frequentietabellen en kruistabellen. Voor een gedetailleerde analyse raadplege men de bijlage. Hier worden slechts de voornaamste conclusies geformuleerd.

De resultaten

Kennis van Janssen Nieuws

97.8% van de respondenten is op de hoogte van het bestaan van Janssen Nieuws. Uit de kruistabellen blijkt dat de 2.2% die niet weten dat Janssen Pharmaceutica een intern bedrijfsblad uitgeeft, geen speciale kenmerken vertoont, noch wat betreft genoten onderwijs, noch wat betreft werknemerstatus, noch wat betreft aantal jaren dienst in het bedrijf.

Distributie

40.2% van de respondenten vindt dat er best verandering komt in de distributie van Janssen Nieuws. 60.6% vindt dat die best geschiedt via de binnenpost; 32.9% zou Janssen Nieuws liever thuisbezorgd zien. Een suggestie die gedaan wordt is de verdeling door de afdeling of de

afdelingsverantwoordelijke (3.5%). Uit de kruistabellen blijkt dat de vraag naar verandering in distributie iets meer aanwezig is bij hogergeschoolden, kaderleden en mensen die al langer in dienst zijn.

Leestrouw

64.4% van de ondervraagden beschouwt zichzelf als een trouwe lezer, d. i. als iemand die alle afleveringen minstens heeft doorbladerd. 32.9% beschouwt zich als een regelmatige lezer, die bijna alle afleveringen heeft doorbladerd. Slechts 4.7% noemt zich een toevallig lezer, en één enkele persoon een niet-lezer. Uit de kruistabellen blijkt nauwelijks een verband te bestaan tussen type van lezer enerzijds en opleiding, werknemersstatus of aantal dienstjaren, anderzijds.

Wijze van lezen

Wat de lectuur zelf betreft, verklaart 30.1% alles grondig te lezen; meer dan de helft van de respondenten (58.5%) verklaart slechts dat te lezen wat hen interesseert en 10.1% neemt het blad oppervlakkig door. Bijna niemand (1.1%) leest enkel de titels. Hoger opgeleiden lezen iets minder grondig en enkel wat hen interesseert (omgekeerd voor lager opgeleiden); de oppervlakkige lezers zijn iets meer vertegenwoordigd in de laagste opleidingscategorie. Omgekeerd voor de variable dienstjaren: wie lang in dienst is leest iets grondiger en leest ook minder alleen maar datgene wat hem interesseert (omgekeerd voor wie minder lang in dienst is); de oppervlakkige lezers zijn iets meer vertegenwoordigd bij de jongsten in dienst. Maar er is geen significant verband tussen manier van lezen en werknemersstatus.

Lectuur door niet-werknemers

62.5% van de ondervraagden heeft Janssen Nieuws al wel eens doorgegeven aan anderen, vooral aan gezinsleden (615 personen doen dat), minder aan vrienden (139), collega's (95), de bredere familie (19) of burens (13). Wie het blad nog niet heeft doorgegeven doet dat omdat men het alleen op het bedrijf leest (76.1%), omdat men denkt dat

anderen geen interesse hebben (10.0%), omdat men alleen woont (6.8%) of omdat men er nog niet aan gedacht heeft dat te doen (6.5%).

Lectuur van oude nummers

38.3% van de respondenten bewaart niets van Janssen Nieuws, 14.6% bewaart het laatstverschenen nummer, 20.7% sommige nummers en 26.4% alle nummers.

Wat het lezen van die oude nummers betreft, 59.0% verklaart nooit oude nummers te lezen, 39.0% soms. 2.1% doet dat vaak.

Plaats van lectuur

Janssen Nieuws wordt iets meer thuis (774 personen) dan op het werk gelezen (689 personen). Slechts 21 werknemers lezen het op de weg van of naar het werk.

Verschijningsfrequentie

Meer dan drievierde (76.0%) vindt dat een verschijningsfrequentie van vier maal per jaar voldoende is. Drie personen vinden het teveel, maar 23.7% zou Janssen Nieuws liever vaker zien verschijnen. Hoe vaak dan wel? Voor 59.8% van de onvoldoende-stemmen mag het blad tweemaandelijks, voor 23.4% zelfs maandelijks verschijnen. Er zijn geen significante aanwijzingen dat er een verband is tussen de vrede of onvrede met de frequentieverschijning en de variabelen onderwijsgraad, werknemersstatus of aantal dienstjaren.

Janssen Nieuws als gespreksonderwerp

Janssen Nieuws is een gespreksonderwerp in de firma: 80.5% van de ondervraagden verklaart wel eens over het blad te praten met collega-werknemers.

Functie in het bedrijf

Janssen Nieuws scoort goed als een medium om op de hoogte te blijven van wat er in het bedrijf gebeurt (zeer goed en goed samen: 77% tegenover 20.8% matig), maar minder om inzicht te krijgen in het bedrijf (zeer goed en goed samen: 53.5% tegenover 39.6% matig), om het werk van collega's beter te leren kennen (zeer goed en goed samen: 45.8% tegenover 44.0% matig) of om de doelstellingen van het bedrijf te leren kennen (zeer goed en goed samen: 42.2% tegenover 41.4% matig, en hier is ook de categorie slecht tot zeer slecht in aanzienlijke mate vertegenwoordigd met 16.5%). Hoe hoger de opleiding en de werknemersstatus hoe minder men vindt dat het blad functioneert als een medium om de doelstelling van het bedrijf kenbaar te maken.

Oordeel over kwaliteit en nut van de rubrieken

Wat het oordeel over de kwaliteit van de rubrieken betreft: op basis van een samentellen van de quotering zeer goed en goed kan de volgende rangschikking gemaakt worden: Redactioneel (90.9%), Janssen in België (83.7%), Op bezoek bij Janssen (83.6%), Personalialia (81.3%), Van mensen en dingen (79.1%), Janssen wereldwijd (75.3%), Awards (74.8%), Veiligheid (74.2%), Nieuws personeelsvereniging (70.3), Symposia (68.7%), Produktinformatie (65.1%), IKZ (60.7%).

Onmisbaar tot gewenst zijn volgende rubrieken, weer in dalende volgorde: Janssen in België (88.5%), Produktinformatie (86.2%), Janssen wereldwijd (85.3%), Nieuws personeelsvereniging (82.7%), Personalialia (82.3%), Van mensen en dingen (80.3%), Veiligheid (69.2%), Redactioneel (68.8%), Op bezoek bij Janssen (68.8%), IKZ (50.9%), Awards (47.0%), Symposia (46.1%).

Oordeel over de leesbaarheid

De artikels worden gemakkelijk (71.3%) tot voldoende leesbaar (27.7%) beoordeeld. De leesbaarheid neemt af met onderwijsgraad en werknemersstatus, maar er is geen significant verband met aantal dienstjaren.

Wat de stijl betreft: de artikels zijn aantrekkelijk geschreven en nodigen uit tot lezen (70.7%); 27.7% zegt dat dit slechts matig het geval is. De illustraties worden goed bevonden (77.4%); 19.8% zegt dat dit slechts matig het geval is.

Oorsprong van de artikels

57.7% van de respondenten weet niet dat men zelf een artikel kan aanbieden voor opname in Janssen Nieuws. Wat de oorsprong van de artikels betreft: 766 personen denken dat ze door de public relations-dienst van het bedrijf geschreven zijn, 474 denken dat dit (ook) gebeurt door werknemers van het bedrijf, 457 denken dat ze geschreven worden door een onafhankelijke redactie binnen het bedrijf, (nog eens 49 citeren de hoofdredacteur samen met een redactie), 191 denken dat de directie ze schrijft en slechts 53 meent dat ze geleverd worden door een firma buiten het bedrijf. Binnen de categorie van diegenen die denken dat de directie de artikels schrijft kunnen volgende opsplitsingen gemaakt worden, eerst voor opleiding: lager en lager middelbaar: 6.95%, hoger middelbaar: 35.83%, hoger niet universitair: 42.78%, universitair: 14.44% - de hoger middelbaargeschoolden en de niet universitair hogergeschoolden zijn verhoudingsgewijs, in vergelijking met de frequentie binnen de categorieën over het totale onderzoeksuniversum, oververtegenwoordigd, de andere categorieën zijn ondervertegenwoordigd. Voor werknemersstatus: per uur betaalden: 5.35%, baremabedienden: 72.19%, kaderleden: 22.46% - baremabedienden zijn oververtegenwoordigd, de andere categorieën ondervertegenwoordigd. Voor aantal dienstjaren: tot vijf jaar: 28.72%, tot 10 jaar: 28.19%, tot 15 jaar: 16.49%, tot 25 jaar: 22.87%, meer dan 25 jaar: 3.72% - de personen met minder dan vijf jaar dienst zijn ondervertegenwoordigd, die met zes tot tien jaar dienst oververtegenwoordigd.

Oordeel over de opmaak

Quasi de totaliteit van de respondenten (97.3%) is tevreden met de opmaak van de voorpagina; acht personen vragen kleurgebruik op de

voorpagina. Over het kleurgebruik in het algemeen is 91.1% tevreden; 10 personen vragen meer kleur. 98.2% is tevreden met de titels in Janssen Nieuws.

Imago Van Janssen Nieuws op basis van het oordeel over begrippenparen

De beoordeling van Janssen Nieuws aan de hand van tegengestelde begrippenparen levert volgend imago van het blad. De meest uitgesproken eigenschappen, gemeten door de combinatie van drie posities aan één kant van het begrippenpaar, worden eerst vermeld, de minst uitgesproken eigenschappen worden laatst genoemd: interessant (94.1%), verzorgd (93.0%), kwaliteit (92.3%), mooi (87.9%), professioneel (87.6%), verstaanbaar (87.4%), nuttig (87.3%), boeiend (86.7%), betrouwbaar (80.6%), belangrijke informatiebron (78.2%), voor allemaal (74.9%), betrokken (67.8%), genuanceerd (65.3%), onmisbaar (64.2%), zakelijk (61.3%), grondig (55.0%), praktisch bruikbaar (54.6%; 19.3% noch praktisch bruikbaar noch praktisch onbruikbaar), luxeus (54.2%; 31.1% noch luxeus noch alledaags), objectief (51.7%; 28.6% noch objectief noch subjectief), algemeen (45.6%; 21.1% noch algemeen noch gespecialiseerd), sober (45.2%), persoonlijk gericht (41.2%; 37.2% noch persoonlijk noch onpersoonlijk), dun (40.5%; 49.4% noch dun noch dik), progressief (36.8%; 43.9% noch progressief noch conservatief). Wat de indruk over subjectiviteit betreft: die wordt iets minder aangetroffen bij de laagste opleiding, iets meer en ook geprononceerder bij de laagste werknemersstatus (en omgekeerd minder bij de hoogste werknemersstatus), en iets minder bij diegenen die langer in dienst zijn.

Voor een grondige analyse van de spreiding van de antwoorden over de schaal van de begrippenparen raadplege men de tabellen.

Open vraag: wat ontbreekt?

Het is moeilijk de antwoorden op de open vraag "welke onderwerpen of rubrieken ontbreken volgens u in Janssen Nieuws?" in bredere categorieën onder te brengen omwille van het specifieke karakter van elke antwoord. Wellicht kunnen de antwoorden toch binnen volgende brede categorieën geplaatst worden:

Categorie 1: Janssen - structuur

Janssen binnen Johnson and Johnson (minstens vijf maal genoemd). Meer nieuws over structuur (minstens negen maal). Relatie van Janssen met andere bedrijven. Probleemomschrijvingen. Geschiedenis van Janssen. Voorstelling nieuwe werknemers. Meer nieuws over filialen. Meer nieuws over de eigen vestigingen, in binnenland (minstens vijf maal). Meer over de afdelingen buiten Beerse. Informatie over Geel. Nieuws over zusterbedrijven. Nieuws over ondernemingsraad (minstens twee maal). Beslissingen in vergaderingen. Doelstellingen ten opzichte van personeel. Informatie over afdelingen. Service van Janssen. Vergelijking met de prestaties van andere Janssen Pharmaceutica-bedrijven. Geschiedenis en nieuws van de internationale Janssen-companies. Geschiedenis van Janssen Pharmaceutica en over de pioniers. Buitenlandse vestigingen (minstens vijf maal). Interne veranderingen bespreken. Alle afdelingen eens naar voren brengen (minstens drie maal). (Bondige) informatie over de afdelingen van het bedrijf (minstens vier maal). Organisatorische veranderingen. Coördinatie tussen de verschillende afdelingen. Bevoegdheden van personeel op een bepaalde afdeling. Transport bij Janssen Pharmaceutica. Wie is wie in de onderneming? Informatie over nieuwe gebouwen en hun functie.

Categorie 2: Janssen - resultaten en verwachtingen

Bedrijfsresultaten en strategie. Informatie van directie. Bedrijfsvisie. Financiële informatie en resultaten (minstens negen maal). Financieel nieuws, omzet per maand en per productiegroep. Bedrijfseconomische informatie. Tabellen met betrekking tot produktiviteit, verkochte goederen, produktmarkten, aandelen. Plaats in de markt. Concurrentiepositie. Bedrijfsresultaten. Welke plannen? Toekomstperspectieven. Bedrijfsstrategie. Samenvattende beleidsstrategie. Eventuele problemen waarmee het bedrijf kampt. Toekomstplannen (minstens zevenentwintig maal). Geplande investeringen. Meer informatie over geneesmiddelen. Meer informatie over nieuwe produkten uit research (minstens drie maal). Nieuwe produkten in ontwikkeling en stand van klinisch onderzoek. Artikelenreeks over het ontstaan van een nieuw produkt ("van wil tot pil"). Produkt

informatie (minstens acht maal). Nieuw op de markt. Nieuws over experimenten. Wat doet men op research? Laatste ontwikkelingen uit onderzoek. Verbouwingen en uitbreiding van Janssen (minstens twee maal).

Categorie 3: Janssen - personeelszaken

Personeelsbeleid (minstens twee maal). Verenigingsnieuws. Vakbondsnieuws. Personeelsvereniging (minstens drie maal). Personeelszaken: pensioen, ziekteverzekering, bevordering (minstens drie maal). Geen verklaringen meer vanwege de personeelsdienst. Aantal jaren dienst. Sociale dienst. Medische dienst. Hospitalisatie, voordelen, ongevallen. Juridische wenken. Promoties (minstens drie maal). Benoemingen. Dienstanciënniteit van het personeel. Interne mutaties. Wat na 65 jaar? Meer aandacht voor werknemers, bijvoorbeeld, bij pensioen (minstens vijf maal). Sociaal nieuws, bijvoorbeeld, nieuwe CAO (minstens twee maal). Loonpolitiek. Personeelsinformatie. Vacatures (minstens drie maal). Voordelen voor personeel.

Categorie 4: Janssen - nieuwtjes en algemeen

Korte nieuwtjes. Voorvallen en gebeurtenissen. Soort dagklapper. Meer over gewone mensen en gewone dingen. Vragenrubriek om inlichtingen over collega-werknemers in te winnen. Uitgebreider rubriek 'in memoriam', met foto, zoals vroeger in Janssen Echo. Zoekertjes (te koop of gezocht). Ideeënbus (minstens twee maal). Ingezonden mededelingen. Bespreking van conferenties. Een vrije tribune waar vragen aan de directie mogen gesteld worden. Rubriek topmanagement. Wist-jedatjes over speciale dingen zowel met betrekking tot bedrijf als personeel (minstens drie maal). Faits divers. Streeknieuws om en rond Janssen. Janssen in de krant. Persreacties. Meer over veiligheid. Nieuws uit de pharmaceutische wereld. Nieuws van de concurrentie. De georganiseerde sportevenementen. Sociaal contact bevorderen. Service, bijvoorbeeld, car-pooling. Informatie over diensten waarvan de werknemers gebruik kunnen maken, bijvoorbeeld, persoonlijk fotocopieren. Ook minder positieve berichten en visie van buitenstaanders. Minder voor dikke nekken. Nieuws over de gewone werknemer, nog te veel toegespitst op Dr. Janssen en enkele topresearchers; informatie over

eredictoraten en dergelijke kan men ook elders lezen. In de rubriek mensen en dingen dienen ook niet-kaderleden aan bod te komen. Hebben barema-bedienden wel een boodschap aan het blad (tuinman, schoonmaakploeg...)? Er is te weinig nieuws over arbeiders en bedienden. Voor de gewone werknemer. Artikels over minder spectaculaire afdelingen van het bedrijf. Minder bekende afdelingen van het bedrijf belichten (cafetaria, aankoop, onderhoud, verpakking ...). Interviews met personeel. Uitspraken van werknemers over Janssen ("de kritische blik"). Geen vreemde talen. Meer evenementen op voorhand aankondigen om de betrokkenheid van het personeel te verhogen. Goed nieuws-rubriek. Positieve dingen die door het personeel zijn bedacht om de sfeer en de werkomstandigheden te verbeteren. Levendige en meer actuele zaken. Plezierige gebeurtenissen in het bedrijf. Iets meer verstaanbaar. Informatie over dieren geneeskunde. Informatie over de evolutie van de geneeskunde in het algemeen. Meer wetenschappelijke rubrieken waaruit bijgeleerd kan worden. Informatie met diepgang. Interessantere informatie. Internationale uitwisseling met de filialen. Briefwisseling. Brievenrubriek. Moet als public relations-middel objectiever zijn.

Categorie 5: Niet-Janssen - cultuur, sport, ontspanning

Cultuur (minstens zes maal). Concerten, toneel. Kunst. Sport (minstens veertien maal). Tekeningen. Hobby's (minstens drie maal). Spelletjes en kruiswoordraadsel (minstens twee maal). Grappige of pittige anecdotes met betrekking tot Janssen (de "lach van het bedrijf"). Personeelsleden in de sport (minstens vier maal). Zoekertjes, aanbiedingen (minstens twee maal). Te koop, te huur. Kookrecepten (van de cafetaria-kok). Talen. Vaste taalrubriek. Vacantie(uitwisseling). Jeugdinformatie. Sportartikelen. Vrolijke dingen. Humor (minstens vijf maal). Cursiefjes. Gedichten, eigen werk van personeel (minstens twee maal). Nuttige tips. Spreuken. Houding van de firma tegenover wereldgebeurtenissen, bijvoorbeeld, Roemenië. Geen reclame.

Open vraag: persoonlijke eindbeoordeling

De antwoorden op de eindvraag ("het zou kunnen dat wij in deze vragenlijst vragen niet hebben gesteld die volgens u toch essentieel zijn of dat u nog iets wil toevoegen in uw algemene beoordeling") zijn nog minder in bredere categorieën te vatten. Daarom volgt een quasi volledige opsomming van de gegeven antwoorden (evenmin als bij de vorige open vraag zijn de antwoorden gerangschikt in volgorde van voorkomen): Meer informatie over geneesmiddelen en opzoekingen. Informatie sneller meedelen (online). Meer informatie en regelmatig. Te luxueus papier. Minder luxueus (minstens tien maal). Om naar buiten te treden wordt geld noch moeite gespaard. Te duur. Drempel is te hoog om kleine, interessante infostukjes te brengen. Minder fouten in opmaak van artikels en namen van personen. Nevenvestigingen mogen meer aan bod komen. Meer informatie over researchresultaten. Meer nieuws over andere filialen (minstens twee maal). Hobby's van het personeel. Informatie over buitendienst. Informatie over verhuis van bepaalde afdelingen. Meer informatie over toekomstplannen. Uitbreiding rubrieken IKZ en veiligheid. Rubriek personalia is te laat. Rubriek personalia is niet accuraat en volledig ("de geboorte van mijn kinderen is niet vermeld"). De rubriek personalia aanvullen met huwelijken. De rubriek personalia laten vergezellen van kleine pasfoto's zodat gezichten kunnen geplakt worden op namen. Meer actuele informatie. Wie is wie bij Janssen (functie, foto). Rubriekje humor. Een samenvatting in het Frans voor de Franstaligen. Niet alleen over voorbije activiteiten, ook kalender van geplande activiteiten. Personeel meer betrekken in redactie. Artikels worden onduidelijk afgebakend. Ook gebeurtenissen, belangrijk voor de gewone Janssenmedewerker vermelden, naast de grootse acties van enkelen. Tekort aan artikels voor minder geschoolden. Ook niet-universitairen moeten aan bod komen. Geen informatie over de prestatie van de kleine werker. Niet alle personeelsleden komen aan bod: zijn de auteurs wel een goede selectie? Er wordt te weinig of niet over de gewone man geschreven; nooit wordt een simpele arbeider voorgesteld. Nog teveel informatie in verband met de top, te weinig in verband met Jan Modaal. Te veel

informatie over steeds dezelfde personen. De personencultus rond dr. Janssen werkt irriterend, meer aandacht voor andere mensen die ook nu en dan een pluim verdienen (minstens twee maal). Meer bescheidenheid aan de dag leggen, te elitair. Kleine dingen over mensen. Lezers-rubriek. Meer eenvoudige artikels. Te belerend. Te vulgariserend. Meer nieuws uit het jaaroverzicht, financiële resultaten. Cultuur-stimulerend nieuws. Ook voor personeel op rust (thuisbestelling). Blad opsturen met de post (minstens drie maal) samen met Zoom. Externe verspreiding van Janssen Nieuws. Individuele verspreiding gewenst. Afbakenen van Zoom en Janssen Nieuws-domeinen. Janssen Nieuws mag dunner, Zoom op Janssen dikker. Mag dikker. Meer informatie over pensioen. Kwaliteit van illustraties is uiteenlopend. Belangrijke artikels zijn te kort, onbelangrijke te lang. Aandacht voor kleine IKZ-puntjes; ze moeten niet altijd veel geld gekost hebben om belangrijk te zijn. Nieuws over randgebieden, bijvoorbeeld, vormings-mogelijkheden. Het is minder een informatieblad voor het personeel over de firma dan een reclamefolder. Zakelijk koel, geen menselijke warmte. Moet vlot, sappig geschreven zijn. Meer nadruk op persoonlijke inspanningen die het personeel doet voor het imago van Janssen. Meer persoonlijk nieuws (iemand wordt in het zonnetje gezet). Te gekleurd. Te propagandistisch. Ook minder positieve, gevoelige thema's (vakbonden, China). Ook negatief nieuws. Te veel lof (minstens twee maal). Meer objectieve informatie, minder hoera-stijl. Subjectief en propagandistisch (wat normaal is). Liever maandelijks een krantje, vlotter en met meer speelse noten; liever een soort contactblaadje. Janssen Nieuws voldoet niet inzake echte communicatie, d.w.z. positieve én negatieve zaken behandelen op alle echelons en tussen de verschillende echelons.

Er zijn expliciet positieve en lovende reacties: Janssen Nieuws is een goed initiatief, zeer welkom en prettig om te lezen (minstens twaalf reacties in die zin, ook van iemand van een nevenbedrijf). Het getuigt van een professionele aanpak met een kwalitatief hoogstaand produkt als eindresultaat. Voortdoen (minstens vijf keer) maar continu bijsturen. Is goed maar kan beter met de medewerking van bepaalde mensen.

Bij de slotvraag is één enkele keer door een respondent de vraag gesteld wie de enquête betaalt en een paar keer de vraag gesteld of de resultaten ook voor breder publiek zullen gepubliceerd worden (in Janssen Nieuws, bijvoorbeeld). Twee maal is gezegd dat het moeilijk is een oordeel te vormen op slechts vier afleveringen over de huisstijl van het blad, of dat men geen oordeel kan vellen omdat het blad niet wordt toegezonden. Eén enkele keer is ook de suggestie gedaan dat tegelijk de effectiviteit van Janssen Bericht had kunnen getest worden - een andere respondent vindt Janssen Bericht overbodig - en dat ook de vraag had dienen gesteld te worden of het niet beter is één overkoepelende uitgave te verzorgen dan verschillende.

Tenslotte nog een suggestie: een verzamelmap waarin de reeds verschenen en de nog te verschijnen nummers van Janssen Nieuws zouden kunnen worden opgeborgen zou door één respondent zeer op prijs gesteld worden.

HET LEESBAARHEIDSONDERZOEK

De methode

De antwoorden van de respondenten hebben al enige indicatie gegeven over elementen van de leesbaarheid van Janssen Nieuws. De leesbaarheid is ook nog getest via een leesbaarheidsonderzoek op de teksten zelf van de eerste drie afleveringen van het blad. Daarvoor zijn de gebruikelijke leesbaarheidsformules gebruikt, namelijk de door W. Douma aan het Nederlands aangepaste formule van R. Flesh. Daarin worden vooral de lengte van de woorden en de lengte van de zinnen als indicator van leesbaarheid gehanteerd.

Resultaten

Janssen Nieuws 1 haalt een gemiddelde score van 38.27, Janssen Nieuws 2 een gemiddelde score van 39.61, Janssen Nieuws 3 een gemiddelde score van 38.33. De lectuur kan derhalve als moeilijk omschreven worden en is gericht op minimum het hoger beroepsniveau (Score 90-100: zeer gemakkelijk, voor de lagere graad van lager onderwijs; 80-90: gemakkelijk, voor de hogere graad van het lager onderwijs; 70-80: tamelijk gemakkelijk, voor het zesde leerjaar lager onderwijs; 60-70: normaal, voor het beroepsonderwijs; 45-60: tamelijk moeilijk voor het middelbaar onderwijs; 30-45: moeilijk, voor het hoger beroepsniveau; 0-30: zeer moeilijk, voor universitair).

Alhoewel de lectuur op basis van de teksten dus als moeilijk dient omschreven, heeft de grote meerderheid van de respondenten, zoals hoger vermeld, de indruk dat Janssen Nieuws voor hen gemakkelijk tot voldoende leesbaar is. De resultaten van het leesbaarheidsonderzoek dienen dan ook niet in absolute zin te worden geïnterpreteerd maar in relatieve zin: ze dienen in verband gebracht met de doelgroep waarop men zich met het blad richt.

Bij wijze van voorbeeld, volgt een gedetailleerde analyse van de artikels in aflevering drie van Janssen Nieuws:

Eerste afgedekt waterzuiveringsstation in België: score 24.68

Nieuwe IBM-mainframe in Beerse: 36.42

Een nieuwe GTX voor TMC: 35.24

Wat wil je met je toekomst doen?: 49.43

Het nieuwe tijdsregistratiesysteem: 32.80

Janssen Chimica-catalogus op diskette: 35.79

Ketanserin gelanceerd in Duitsland: 42.07

Xian-Janssen Pharmaceutical Ltd.: 52.5

Eerste geregistreerde duivegeneesmiddel in V.S. is Janssen-product: 21.94

Levamisole gebruikt bij kankertherapie in V.S.: 15.89

Je zal maar een nieuwe administratieve medewerker wezen: 45.87

Twee internationale marketingmanifestaties in Antwerpen: 31.23

Zelfmedicatie opnieuw in de belangstelling: 47.95

Bob Stouthuysen tot Ridder benoemd: 50.05

Laureaat E. Desirant-prijs bij ons op bezoek: 26.08

Gerard Smit ruilt de auto voor de fiets: 65.20

Jan Bosselaers: geen last van arachnofobie: 53.69

Van mensen en dingen: 31.74

Nieuws personeelsvereniging: 34.04

Het veiligheidsbeleid bij Janssen: 30.64

CONCLUSIE

Janssen Nieuws is in het bedrijf goed gekend. Het heeft trouwe lezers, maar daarom niet altijd even 'grondige' lezers. Het blad is een onderwerp van gesprek. Het wordt evenveel op het werk als thuis gelezen en vaak lezen de gezinsleden mee. Zo'n kwart van de respondenten bewaart ook het blad maar het wordt achteraf nog maar zelden geraadpleegd. Ongeveer een kwart zou willen dat Janssen Nieuws vaker - tweemaandelijks - zou verschijnen.

Het blad functioneert uitstekend als middel om op de hoogte te blijven van wat er in het bedrijf gebeurt, maar scoort minder wanneer het er op aankomt inzicht te krijgen in het bedrijf, het werk van de collega's beter te leren kennen of achter de doelstellingen of toekomstoplannen van het bedrijf te komen.

Wat de rubrieken betreft. Er zijn een paar rubrieken die als onmisbaar worden beschouwd maar toch iets lager scoren in kwaliteitsbeoordeling: produktinformatie, Janssen wereldwijd, personeelsvereniging.

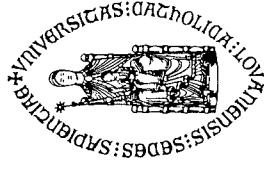
Het is merkwaardig dat de meeste respondenten denken dat Janssen Nieuws door de public relations-dienst wordt geschreven; een opvallende minderheid denkt zelfs dat de directie de artikels schrijft.

Alhoewel het leesbaarheidsonderzoek uitwijst dat Janssen Nieuws op een tamelijk moeilijk niveau van leesbaarheid zit en minstens een niet universitaire hogere opleiding veronderstelt, vinden de lezers het een gemakkelijk leesbaar blad, aantrekkelijk geschreven en mooi geïllustreerd. Er heerst algemene tevredenheid over de voorpagina, het kleurgebruik en de titel-lay out.

In het imago-onderzoek komen volgende trefwoorden, in dalende volgorde, naar voor: interessant, verzorgd, kwalitatief, mooi, professioneel, verstaanbaar, nuttig, boeiend, betrouwbaar; er bestaat meest onenigheid over de trefwoorden luxueus, objectief, algemeen, sober, persoonlijke gerichtheid, dun en progressief.

Uit de open vragen is ook nog gebleken dat bij sommigen toch een zeker gevoel van onbehagen bestaat dat meestal verwoord wordt in de zin van: te luxueus, te weinig gericht op de lagere werknemers en te weinig kritisch tegenover het eigen bedrijf geschreven. Via de open vragen is nochtans een algemene tevredenheid over Janssen Nieuws vastgesteld. Enkele suggesties liggen in het verlengde van de net genoemde bevindingen: er wordt gepleit voor meer informatie over de structuur van het bedrijf, zowel naar binnen als naar buiten, voor meer informatie over doelstellingen en toekomstplannen, voor meer financiële informatie ook en voor produktinformatie. Sommigen menen dat wat ontspanning (cultuur, sport, humor) zou mogen.

Tenslotte dient nog volgende methodologische kanttekening te worden gemaakt: de resultaten zijn vanzelfsprekend gebaseerd op de antwoorden van diegenen die zich de moeite getroost hebben de schriftelijke vragenlijst in te vullen en terug te sturen; het oordeel van de niet-respondenten is niet bekend. In dit verband kan er nogmaals op gewezen worden dat de werknemers met de laagste opleiding en met de laagste werknemersstatus enigszins ondervertegenwoordigd zijn bij de respondenten van de schriftelijke vragenlijst.



Mevrouw,
Mijnheer,

Mogen wij U vragen de volgende vragen te beantwoorden door het bolletje aan te kruisen bij het antwoord dat best Uw persoonlijke mening weergeeft. Normaal kruist U in elke vraag slechts één bolletje aan, tenzij anders vermeld. Wanneer er een stippellijn voorkomt in een vraag mag U zelf een antwoord neerschrijven. Wanneer U geen antwoord heeft of geen mening heeft bij een bepaalde vraag, kruist U geen van de antwoordbolletjes aan.

1. Welk is Uw geslacht:

- ☐ Man
☐ Vrouw

2. Welk is Uw leeftijd:

3. Wat is het hoogste onderwijs dat U heeft gevolgd?

4. Ik werk bij Janssen Pharmaceutica als:

- ☐ Per uur betaalde
☐ Baramabediende
☐ Kaderlid

5. Hoe lang bent U in dienst bij Janssen Pharmaceutica? jaar

Alle volgende vragen gaan over JANSSEN NIEUWS

6. Was het U voor deze enquête bekend dat Janssen Pharmaceutica een intern bedrijfsblad uitgeeft, een blad uitsluitend bedoeld voor het personeel dat er werkt, en dat Janssen Nieuws heet?

☐ Ja
☐ Neen

Indien U op vraag 6 neen heeft geantwoord mag U nu stoppen en de vragenlijst zo opsturen

7. U kan Janssen Nieuws op dit ogenblik alleen zelf meenemen aan de ingangsideuren van het bedrijf in de buurt van de prikklok. Wenst U dat daarin verandering komt?

☐ Neen, het mag blijven zoals het nu is
☐ Ja

Indien U op vraag 7 ja hebt geantwoord, in welke zin wenst U verandering?

- ☐ Janssen Nieuws dient via de binnenpost te worden besteld
☐ Janssen Nieuws dient thuis te worden besteld
☐ Een andere mogelijkheid: welke?

8. Hoe zou U Uzelf omschrijven?

- ☐ Ik ben een trouwe lezer: ik heb alle afleveringen die er zijn verschenen doorbladerd
☐ Ik ben een regelmatig lezer: ik heb niet alle, maar toch bijna alle afleveringen die er zijn verschenen doorbladerd
☐ Ik ben een toevallig lezer: ik heb één of enkele van alle afleveringen die er zijn verschenen doorbladerd
☐ Ik ben een niet-lezer: ik heb nog geen enkele aflevering doorbladerd

Indien U een niet-lezer bent stopt U hier en stuurt de vragenlijst zo op; maar schrijf eerst nog hieronder hoe het komt dat U nog geen enkele aflevering van Janssen Nieuws hebt doorbladerd?

.....

9. Hoe neemt U Janssen Nieuws door?

- ☐ Ik lees alles grondig
☐ Ik lees enkel wat me interesseert
☐ Ik neem het blad oppervlakkig door
☐ Ik lees doorgaans enkel de titels en bekijk de foto's
☐ Ik lees doorgaans enkel de titels
☐ Ik bekijk doorgaans enkel de foto's

10. Heeft U Janssen Nieuws al wel eens aan iemand anders doorgegeven om het te laten lezen?

☐ Ja
☐ Neen

Indien U op vraag 10 ja heeft geantwoord: aan wie hebt U het blad al wel eens doorgegeven?
(U mag nu meerdere antwoordbolletjes aankruisen)

- ☐ Gezinsleden, samenwonenden
- ☐ Vrienden
- ☐ Buren
- ☐ Collega-werknemers
- ☐ Anderen:

Indien U op vraag 10 neen hebt geantwoord: waarom hebt U Janssen Nieuws nog niet doorgegeven aan anderen?

- ☐ Ik woon alleen
- ☐ Ik lees het blad enkel op het bedrijf
- ☐ Andere mogelijkheid: welke?

11. Bewaart U Janssen Nieuws?

- ☐ Alle nummers
- ☐ Sommige nummers
- ☐ Enkel het laatst verschenen nummer
- ☐ Neen

12. Raadpleegt U wel eens oude nummers?

- ☐ Vaak
- ☐ Soms
- ☐ Nooit

13. Waar leest U doorgaans Janssen Nieuws? (U mag meerdere antwoordbolletjes aankruisen)

- ☐ Op het bedrijf
- ☐ Thuis
- ☐ Van of naar het werk
- ☐ Elders:

14. Janssen Nieuws verschijnt nu vier maal per jaar. Is dat:

- ☐ Onvoldoende
- ☐ Goed
- ☐ Te veel

Indien U op vraag 14 onvoldoende of te veel hebt geantwoord: hoe dikwijls zou het blad volgens U dienen te verschijnen per jaar ? maal.

15. Praat U wel eens met collega-werknemers over artikels in Janssen Nieuws?

- ☐ Ja
- ☐ Neen

19. Welke onderwerpen of rubrieken ontbreken volgens U in Janssen Nieuws?

.....

.....

.....

.....

20. Hoe zou U de artikels omschrijven als het gaat om hun:

Leesbaarheid :

☐ gemakkelijk leesbaar

☐ voldoende leesbaar

☐ moeilijk leesbaar

Stijl :

☐ aantrekkelijk geschreven, uitnodigend tot lezen

☐ matig aantrekkelijk geschreven

☐ niet aantrekkelijk geschreven, niet uitnodigend tot lezen

Illustraties :

☐ goed geïllustreerd met foto's en afbeeldingen

☐ matig geïllustreerd met foto's en afbeeldingen

☐ te weinig geïllustreerd met foto's en afbeeldingen

21. Weet U dat U zelf een artikel kan laten opnemen in Janssen Nieuws?

☐ Ja

☐ Neen

22. Wie schrijft volgens U de artikels in Janssen Nieuws? (U mag meerdere antwoordbolletjes aankruisen)

☐ Een persoon of firma van buiten het bedrijf

☐ Een onafhankelijke redactie binnen het bedrijf

☐ De directie van het bedrijf

☐ Werknemers van het bedrijf

☐ De public relations-dienst van het bedrijf

☐ Andere: welke?

23. Bent U tevreden over de opmaak van de voorpagina?

☐ Ja

☐ Neen

Indien U op vraag 23 neen hebt geantwoord: in welke zin zou U de voorpagina veranderd willen zien?

24. Bent U tevreden over het kleurgebruik in Janssen Nieuws?

.....

27. Het zou kunnen dat wij in deze vragenlijst vragen niet hebben gesteld die volgens U toch essentieel zijn of dat U nog iets wil toevoegen in Uw algemene beoordeling van Janssen Nieuws. Dat kan U nu in Uw eigen woorden formuleren.

.....

.....

.....